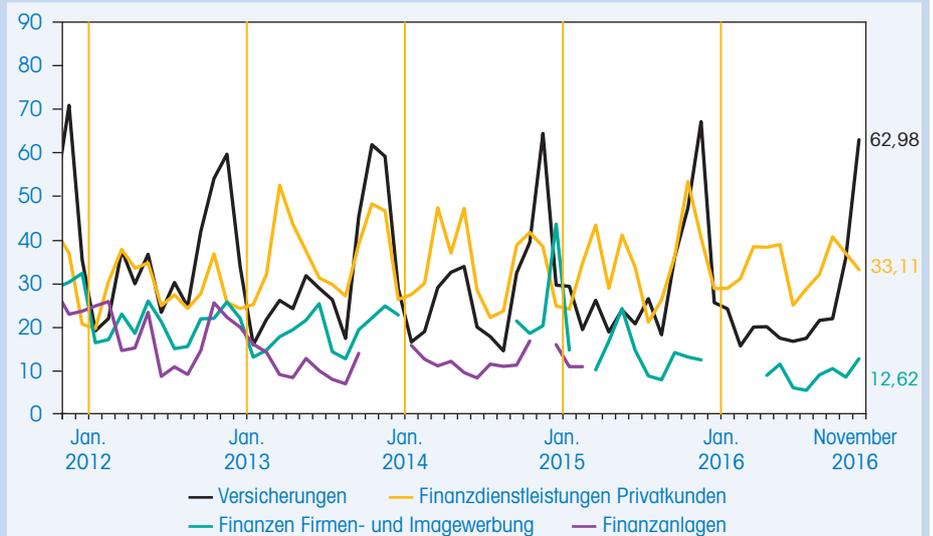


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro

November 2016: Versicherungswerbung setzt Jahresendspurt fort

Im November 2016 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien um 8,5 Prozent erhöht. Die Finanzwerbung weicht von diesem Markttrend in allen untersuchten Rubriken deutlich ab. Die Assekuranz hat ihren im Oktober begonnenen Jahresendspurt in Sachen Werbung fortgesetzt und ihre Werbeausgaben um 27,2 Millionen Euro oder 76,0 Prozent auf 62,977 Millionen Euro gesteigert, womit sie allerdings um 6,2 Prozent hinter dem Wert von November 2015 zurückbleibt. Die Etats für die Imagewerbung der Finanzdienstleister erhöhten sich um 4,2 Millionen Euro oder 50,5 Prozent auf 12,624 Millionen Euro und liegen damit als einzige der drei Rubriken um 2,19 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres. Die Ausgaben für die Privatkundenwerbung dagegen wurden um 3,7 Millionen Euro oder 10,2 Prozent auf 33,111 Millionen Euro zurückgefahren. Das entspricht im Vorjahresvergleich einem Minus um 18,1 Prozent. Der Markt war gegenüber November 2015 um 8,32 rückläufig.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen hat sich die Privatkundenwerbung damit wieder auf Platz 11 verschlechtert. Demgegenüber ist die Versicherungswerbung um drei Stellen auf Rang 17 aufgestiegen. Die Imagewerbung der Finanzdienstleister machte nach einem Abstieg im Vormonat wieder einen Platz gut und stieg vom vorletzten Platz auf Rang 48 auf. Zusammengefasst kommt die Finanzwerbung auf einen Anteil von 3,7 (im Vormonat 3,0) Prozent am Gesamtmarkt.

In der kumulierten Betrachtung für Januar bis November 2016 ist der Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt um 4,2 Prozent gewachsen. Entgegen diesem Aufwärtstrend waren die Werbeaufwendungen der Finanzdienstleister in allen Rubriken rückläufig: bei der Imagewerbung um 30,1 Prozent, bei der Versicherungswerbung um 17,5 Prozent und bei der Privatkundenwerbung um 4,4 Prozent.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen